浅谈新媒体浪潮中广播节目的创新发展

摘　要：随着社会的发展，现代信息技术的发展进入了一个新的阶段。随着互联网的普及，在中国，新媒体的时代已经到来了。在新媒体的浪潮下，出现了许多新型的信息传播媒介，包括QQ、微博、微信等。这些媒介都有一个共同的特点，即操作便捷、传播速度快等，受到了人们尤其是青少年的广泛喜爱。在这种背景下，广播电视渐渐被人遗忘。为了广播节目木的重新崛起，广播节目需要进行一定程度的改革，打破原有的单一的传播模式，打造多渠道传播途径，顺应时代发展。

关键词：新媒体；广播节目；节目创新；节目发展

中图分类号：G222　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2018）02-094-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.02.037

文 / 甄宏　于瀛

引言

在新媒体强势崛起的今天，传统的、单一模式的广播已经无法适应市场的需求。广播的形式随着广播的收听行为迁移、收听时段的变化，广播的收听群体也在发生着变化。为了吸收特殊的群体，广播的形式出现了许多创新，形式越来越多元，有传统的电台、电台APP、电台官方网站、微电台、音频定制电台等。新媒体的发展在带走广播受众的同时，也给广播带来了更多的传播渠道。在新媒体的浪潮中，广播节目要积极创新，努力发展，寻求适合自己的道路。

1. 新媒体浪潮中广播节目创新的重要性

随着新媒体时代的发展，以往广播播放的最主要途径——终端收音机的数量在急剧下降。MP3、MP4的受众几乎都消失了，但手机、互联网、车载广播、数字电视广播等的听众数量有所增加。传统的广播节目播出有着严格的时间表，所以听众收听的时段比较固定，收听的群体也比较稳定。因此，对传统广播节目的内容和播出时间进行调整时要谨慎安排，不然会流失一部分听众，还会损失节目时段内广告客户的经济效益。

如果将传统的广播节目与新媒体有机地结合在一起，就能够强化广播传输的优势，克服广播收听群体固定这一缺点。利用现代学习技术，增加广播节目的传播渠道，例如微博、微信、电台APP客户端等，可以让听众在线上的各类广播节目中选择心仪的广播节目内容，拓展节目的容量及节目播放频率，活动营销更为便利，还能够通过这些渠道与收听群众进行交流，增强广播与受众的互动。另一方面，广播可以在各种新媒体媒介上进行推广，吸引更多的人来收听广播，增加节目受众。

2. 新媒体浪潮中广播节目创新的路径

2.1 增加节目受众

新媒体是现代科学技术衍生出来的相对于传统媒体而生的新兴的媒介形式，主要包括微博、腾讯QQ、微信、谷歌以及各类软件等几种形式。不同的媒体能够不同程度地吸引更多的人收看广播节目。广播可以借助微博的热搜、大V推广等进行节目的宣传，还可以录取部分片段传到微博上，使更多的微博用户认识到广播节目。腾讯QQ是一个较为私人的交流媒介，广播节目可以和腾讯的官方合作，对广播节目的内容在QQ看点等地方宣传，或者可以在各个QQ群里发布各种有趣的小视频或截图，传播广播节目的信息。微信是一个私人与公共并存的平台，类似于微博和QQ功能的集合体，微信的公众号是一个较多用户关注的信息推广平台，利用公众号的影响力以及微信朋友圈的消息扩散，能够将数量庞大的微信用户转化为广播节目的新用户，只要运作得当，就能够集合大量忠实的听众。而各种软件则是广播节目最直接的收看方式。通过各种广播的播放软件，例如腾讯视频、优酷视频、爱奇艺视频等视频播放软件，荔枝、喜马拉雅听书、酷狗音乐等音乐软件以及其他类型的软件可以直接收听广播节目。

就这一方面，腾讯视频和爱奇艺视频对于广播节目的推广就比较成功。例如腾讯视频在今年4月推出的偶像养成类节目《明日之子》和爱奇艺今年6月推出的音乐选秀节目《中国有嘻哈》。在对节目进行宣传时，视频网站与微博、哔哩哔哩弹幕网、网易云音乐等用户基数大的媒体进行合作，提高节目的知名度。同时，邀请各类人气偶像，借助他们的名气制造各种话题，使更多的用户关注节目，吸引更多的潜在用户，有效增加广播节目的受众。

2.2 创新节目内容

广播节目的基础是受众，只有受到收听群体的欢迎，广播节目才算是比较好的节目。随着时代的发展，受众对广播节目的要求也在不断地发生这改变。为了更加迎合受众的爱好，避免受众的流失，吸引更多的受众，广播节目需要根据受众的需求进行不断的创新和发展。但

由于广播的固有性质，无法对大部分受众进行广播收听情况调查。而新媒体给广播节目了解受众的渠道。广播节目可以通过网易云音乐、微博、各类应用软件等渠道与节目的观众进行良好的沟通，在前几年的短信、热线电话的交流方式的前提下，进一步使观众向节目组表达意见的渠道增加。广播节目的制作组通过将新的渠道和以前的渠道结合在一起，将受众的反馈消息通过一定的技术手段集中起来，综合分析观众的意见，进一步分析出观众的收听需求的变化。根据市场需求适当调整节目的播出形式，播放内容等。

例如苏州市的广播节目《上班男女》，节目的主要受众是苏州市的上班族，播出的时间主要为上班族比较有空闲的下午。在以前的广播节目中，主持人与节目听众的互动主要依赖于信件、手机短信、电话等几种形式。但这些沟通方式存在片面性、局限性，并且无法使听众与支持人进行即时通讯，阻碍了听众的收听观感。节目组对该节目进行创新之后，增加了“心情指数”这一板块。受众可以将自己的心情发送到该节目的微信公众号上，节目主持人会在线对受众发送的心情进行评论，增强受众与节目之间的链接。又或者主持人录制一些小短剧，邀请观众猜测其内在意义，鼓励观众在微信平台与节目组进行互动，调动受众的积极性。

2.3 创新节目形态

在新媒体的冲击下，广播节目的收看群体有了明显的变化。为了适应新的受众的需求变化，广播节目需要对节目的形式进行一定程度的创新，使节目树立良好的品牌形象，增加节目的社会效益，提高节目的经济效益。以前的广播节目的播放形式比较单一，只有声音这一种感官的传播。借助新媒体，广播节目可以进行一定程度的形式创新，增加视觉、听觉的观看效果，增强观众的收看体验。通过互联网、电视、手机等播放渠道，对广播节目进行多渠道的宣传推广，几何级地扩大广播节目的收看群体。同时，通过调查发现，这些新兴的媒体传播渠道的受众的忠实度极高，数量庞大，在改良广播节目的形态的时候，节目制作团队可以通过这些渠道对受众的收看需求进行调查，根据用户的收看需求进行改良。

例如南阳市的《直播南阳》广播节目，该节目的主要收听群体是私家车的使用者，这部分群体大都具有一定的经济基础，比较热衷于对社会热点新闻、热点话题的探讨。节目编制需要通过网络、短信、电话等渠道收集这类群体的关注热点，根据热点事件及时在节目内容中插入能够引起私家车拥有者注意的话题。在节目上，由节目主持人和节目嘉宾持各自的观点对话题进行讨论。同时，开通微信、微博等渠道的意见交流平台，使听众可以与主持人进行即时互动。

2.4 创新节目风格

广播节目的风格主要是广播节目的主持人的风格和节目的内容和节目形式的综合体现。节目的制作人可以通过对节目主持人的风格的深入挖掘改良节目的内容的播放形式。比如，根据主持人的专长打造一档节目，对主持人进行一定程度的包装宣传，吸引兴趣爱好相同的受众进行收看，或者制作一些能够体现节目特色的短视频、宣传片等，将宣传片和短视频投放到一些具有庞大用户群体的传播媒介，如微信的公众号、网易云的推荐、微博的大 V、QQ 的今日看点等，利用这些传播渠道推广广播节目，提高广播节目的知名度。

例如，河南电台交通广播深受听众的喜爱，该广播频率为增强本频道的收听人群，使河南交通广播成为一个广播品牌，由主持人担纲主演，拍摄了电台微电影。微电影使听众心中主持人的形象鲜明起来，加深观众对广播节目的印象。

结语

在新媒体的冲击下，收听广播节目的群体越来越少了，但新媒体同样为广播节目带来了重新发展的契机。广播节目可以背靠新媒体，锁定某一特定的目标群体，充分了解目标群体的节目需求。根据目标群体的节目需求，创新节目内容和形式，增加节目的受众。广播节目还可以通过新媒体进行较大密度的宣传，吸引更多的群体收听广播。媒

参考文献

[1] 相天春 . 浅谈新媒体浪潮中广播节目的创新发展 [J]. 今传媒，2016，24（03）：68-69.
[2] 陈炜 . 广播节目使用微信互动的创新探索 [J]. 新闻研究导刊，2016，7（10）：160+182.
[3] 孙兰，王杰 . 新媒体时代传统广播如何做好用户运营维护 [J]. 采写编，2017（02）：174-175.
[4] 徐青 . 新媒体时代广播节目的创新——以广州电台为例 [J]. 淮北师范大学学报（哲学社会科学版），2011，32（03）：122-126.
[5] 程颖 . 新媒体时代下广播音乐节目的创新发展 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（11）：110.
[6] 王立中 . 浅谈新媒体时代广播节目的创新与发展 [J]. 新闻研究导刊，2016，7（02）：102.
[7] 贺瑞 . 谈新媒体时代广播节目的创新与发展 [J]. 西部广播电视，2016（13）：35.

（作者单位：葫芦岛广播电视台）